

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING

Sandi Diestianto

Strategi Promosi GenPI Jogja Melalui *Instagram* Dan *Twitter* Dalam
Upaya Meningkatkan Pengunjung Desa Wisata Kaki Langit Pada Tahun
2018

Tahun Skripsi : 2019 + 119 Hal. Daftar Kepustakaan : 15 buku + 10 Jurnal

Generasi Pesona Indonesia atau biasa disebut GenPI adalah komunitas relawan pariwisata yang di bentuk oleh Kementrian Pariwisata Indonesia. GenPI Jogja merupakan satu dari berbagai GenpPI yang ada di Indonesia. Dalam mempromosikan Desa Wisata Kaki Langit, GenPI Jogja menggunakan beberapa akun media sosial, dua diantaranya yaitu *Instagram* (@pasarkakilangit) dan *Twitter* (@kakilangitpasar). Dalam aktifitas promosinya, media sosial menjadi ujung tombak dalam mengenalkan destinasi wisata ini. Penelitian ini mencoba mengkaji upaya strategi promosi yang dilakukan GenPI Jogja melalui media sosial *Instagram* dan *Twitter* dalam upaya meningkatkan pengunjung di Desa Wisata Kaki Langit pada tahun 2018. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana hasil dari penelitian ini mencoba menjelaskan atau memaparkan strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh GenPI Jogja. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi berupa arsip arsip yang berkaitan dengan promosi melalui *Instagram* maupun *Twitter*. Adapun wawancara dilakukan terhadap tiga informan dan beberapa pengunjung. Hasil Penelitian menunjukkan efektivitas kegiatan promosi melalui media sosial *Instagram* dan *Twitter* dapat dilihat dari pengelolaan media sosial, seperti memaksimalkan konten dan memanfaatkan influencer serta menggunakan tagar (#) untuk menghubungkan pengguna *Instagram* maupun *Twitter*, sehingga informasi dapat lebih mudah tersebar dan dijangkau oleh *netizen*.

Kata Kunci: Strategi promosi, media sosial, Instagram, Twitter, GenPI Jogja,

ABSTRACT

UNIVERSITY MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA FACULTY OF
SOCIAL SCIENCE AND POLITIC SCIENCE JURUSAN ILMU
KOMUNIKASI KONSENTRASI ADVERTISING DEPARTMENT OF
COMMUNICATION SCIENCE CONCENTRATION OF
ADVERTISING

Sandi Diestianto

Strategy promotion of GenPi Jogja through Instagram and Twitter in an
attempt increasing visitor of Kaki Langit Tourist Village on 2018

Year of Thesis : 2019 + 119 List of Page : 15 Book + Journal

GenPi Jogja is a volunteer tourist community which build by Ministry of Tourism. GenPi Jogja is one of the GenPi that already exist in Indonesia. In promoting Kaki Langit Tourist Village, GenPi Jogja using several social media account, 2 of them by using Instagram (@pasarkakilangit) and Twitter (@kakilangitpasar). In the process of promotion activity, social media become special technique to introducing this digital destination. This research is try to analyze strategic promotion of GenPi Jogja through social media Instagram and Twitter in terms of increasing visitor of Kaki Langit Tourist Village on 2018. This research is descriptive qualitative research where output of research try to explain strategic promotion through social media which conduct by GenPi Jogja. Source of data in this research is gained from observation, interview, and documentation in the form of archives related to promotion through Instagram or Twitter. The interviews counducted with 3 informants and several visitors. Output of research shows that effectivity of promotion activity through social media Instagram and Twitter which can see from the management of social media account, such as maximize content and using influencer, also using hashtag (#) to integrate Instagram users or Twitter. Therefore information can be more easily reached by netizens.

Keywords: Promotion Strategy, Social Media, Instagram, Twitter,

GenPi Jogja